新媒体与传统媒体传播的差异及相互关系

摘 要：随着近年来网络经济的强劲发展，互联网用户大幅增长，2016年网民增长至30多亿，其中8亿互联网用户在中国，约是法国、德国、印度、英国和美国互联网用户的总和。目前，关于新媒体的研究主要聚焦在新媒体对传统信息传播方式、传授关系、传播理念、传播规律的颠覆；对人们既往行为方式和生存条件的改变；对新产业形态及经济增长方式的创造等问题。事实上，在短期内传统媒介优势犹存，尚不会轻易退出历史舞台。怎样处理网络媒体与传统媒体相互存在的关系是当下非常重要的议题。

关键词：新媒体；传统媒体；互联网；新媒体特点
中图分类号：J902 文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）05-104-02 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.05.034

文 / 戴金省

随着科学技术的快速发展，信息化对我们的日常生产生活的影响越来越大，尤其是对于传统媒体来说，受到的网络冲击是非常明显的。而电视的娱乐功能，通过查阅美国的调查显示，服务功能受网络影响的情况非常小，在调查的2000人中，看电视的比例少了23%，看杂志的比例少了20%，听广播的比例少了9%，看报纸的比例少了11%。其中，减少量最多的是电视观众。无论是哪一种媒体，都必然有其存在的价值，“网络媒体会替代传统媒体”的说法无法成立。

1. 传统媒体的优势

传统媒体指的是部分较为传统的传播方式，如电视、广播、报纸等；新媒体指的是近年来新型的信息传播方式，主要以信息技术、电子技术、互联网为依托，通过各种类型的终端设备传播信息，如手机、电脑、移动客户端等。四大传统媒体的特点：一、报纸。报纸是一种静态媒体，具有阅读的主动性，报纸将许多信息同时呈现在读者眼前，增加了读者的认知主动性，读者可以自由选择阅读。此外，读者还可以在必要时将所需要的内容记录下来。可信性高，报纸消息准确可靠是报纸获得信誉的重要条件。二、杂志。杂志与报纸一样同属印刷媒体，它具备了报纸的某些优势，但两者之间存在很大的差别，读者针对性强。很多杂志都是针对既定范围内的读者，不同的杂志对应不同的读者群体。杂志内容非常丰富，读者需要多次分次阅读，部分读者还会保存下来阅读，这样就增加了他们与杂志广告接触的机会。所以说，杂志是所有媒体中生命力最强的媒体。三、广播。广播具有超越时空的传播功能，因而逐渐在各种广告媒体中占有一席之地。方便性，广播媒体在方便行包含两层意思：其一是接受机器可随身携带，随时随地收听；其二是收听广播时伴随其他活动。感染力强，广播广告可以充分运用语言艺术和音响效果，创造出适当的情感气氛，增强广告感染力，同时给人以娱乐享受。这一点是印刷媒体无法相比拟的。传播速度快，广播不需要经过录像及复杂的编排制作，所以，传播信息的速度是非常快的，可以让受众快速接收到广告信息。四、电视。电视与广播一样是运用无线电波传递信号的电子媒体，它与广播具有一些相似性，就是传播面广。在整个广告行业中，传播广告信息最为有效的方式就是电视，这也是很多广告主的结论。我国每年有海量的人群会每天收看电视，不但有非常大的人口比例，而且可以不用印刷就起到广泛快速传播的效果。

2. 新媒体特点

一、个性化突出。因为受到技术的影响，传统媒体最为突出的特点就是大众化，但是，新媒体对受众更加细致化，能够单独面向个人。个人能够利用新媒体订阅自己的想要的信息，不同的受众接收到的信息是完全不同的，也可以是完全相同的。相比较传统媒体的内容固定来说，还有非常大的差距。二、受众选择性增多 。从技术角度进行分析，新媒体中，人们不但可以查看想要的信息，而且可以自己发布信息，这也使传统媒体的限制彻底被打破。相比较传统媒体的“主导受众型”不同，新媒体采取的是“受众主导型”，受众的选择范围更加广泛。三、表现形式多样。 新媒体的表现过程不仅非常丰富，而且表现形式更加多样化，比如，可以将画面、声音以及文字结合起来，实现了内容的无限扩展，使内容变得更加直观、生动。从理论上来说，新媒体只需要满足计算机网络环境，就能够查阅、存储全世界各地的信息资源。新媒体除了具备大容量外，还有“易检索性”的特点，即能够对内容随时随地进行存储，便捷查阅信息。四、实时发布信息。相比较传统媒体的电视、广播来说，

新媒体打破了时间和空间的制约，可以 24 小时发布。并且，新媒体具有非常强大的交互性能力，可以使受众与信息传播者的关系实现平等，受众不再受到媒体的摆布，两者之间可以实现实时互动。

3. 传统媒体与新媒体的差异

一、市场差异。因为我国国情的需要，传统媒体属于国家管理，具有一定的垄断性，具有比较高的利润。而新媒体是无限制的，所以竞争非常激烈。二、受众区别。新媒体属于“受众主导型”，而传统媒体属于“主导受众型”，相比较传统媒体来说，新媒体的受众选择权更大。三、管理不同。近些年的快速发展，传统媒体的管理结构和机制变得越来越完善，对市场非常重视。而新媒体由于发展的时间比较短，管理机制还存在很大的漏洞，而且没有足够重视技术层面的问题。四、内部不同。传统媒体采用的是分级管理模式，相比较新媒体的编辑职权来说，后者编辑的权利更大一些，而传统媒体的记者—编辑—总编辑的模式，新媒体还无法适用。因此，在网络上每天出现的新闻量是非常大的，仅依靠总编辑一人无法胜任，因此网站编辑的权利相对更大，对把关意识的要求较为严格。五、时效不同。传统媒体发布信息时，需要定时、定量。这种传播方式具有很强的时效性，而新媒体可 24 小时不间断地更新，每天需要时时关注才能及时掌握重要的新闻事件。六、版面不同。报纸在设计版面的时候有严格的要求，并且，对报纸版面的主次和轻重有明确的要求，还需要安排好版面的区域、处理好标题等工作，而在网络上不需要这些内容。新媒体再分配信息的时候，主要是基于时间流，对平面布局的要求相对比较低，而且新媒与传统媒体不同的是，没有属于自己的版面语言。七、写作不同。新媒体突出的是文章的简洁性、速度等，在网络平台上很少出现几千字的文章，因为大部分受众看到较大的篇幅，就没有浏览下去的兴趣。在制作网络标题时，采用简洁灵动和具诱惑力的表现形式，突出重点、直截了当。而传统媒体中的标题工整、对仗、平仄，在网络媒体上是不需要的。八、采访。新媒体原创相对较少，并且采访新闻的情况也比较少见，大部分是直接进行编辑。而传统媒体主要是通过采访的形式，花费较多的精力撰稿，稿子有根有据，真实可靠。

4. 传统媒体与新媒体的关系

一、新媒体也可以被称作是网络媒体，未来的发展空间是非常巨大的，网络时代是大势所趋。随着新媒体的传播更新速度快、成本低、信息量大、内容丰富，低成本等特点全球传播，预计这个数字还将继续扩大。二、新媒体与传统媒体相互存在的关系。各种媒体都有它的优势，有它自身的不可替代性，传统媒体中最为突出的优势就是具有专业的从业人员，大多具有较高的知识水平和较高的分析能力及学习能力，是人才汇集之地。三、在选择媒体时，受众应当有多重选择，应当在新媒体与传统媒体融合的情况共同促进发展。比如，目前非常火爆的网上短视频等网络事物。

总之，经过上述的论述可以发现，传统媒体与新媒体之间，随着社会的进步两者逐渐融合，形成了合作的关系，实现了优势互补。随着信息技术的日渐完善和互联网系统的快速发展，现阶段，传统媒体与新媒体融合水平得到了显著提高，这主要是因为网络普及逐渐提高了两种媒体传播方式发展和融合资源配置结构的完善程度，并且为两者的沟通与发展搭建了良好平台。在此基础上，有诸多国家新闻媒体开始创建了网络媒体，通过网络途径来听取群众意见，了解群众对时政信息的需求。由此可见，网络发展全面推动了传统媒体与新媒体融合。作为传统媒体来说，需要做的就是对自身的传统盈利模式进行深化改革，不断进行创新，将自身的资源优势充分发挥出来，使其公信力优势和内容优势能够推动传统媒体的可持续发展，进而提高自己的核心功能。并且，还需要将先进的科学技术充分融入进来，结合当今网络时代的发展趋势与时俱进，改进自己的经营平台，通过互联网、大数据平台、整合报纸、杂志、广播、电视等资源，建立全新的新闻生产模式。还有就是要对自身的要素不断进行优化，将资本增值最大程度地体现出来，追求最高的回报率。媒

参考文献

[1] 谢静 . 时空之流：移动新媒体的城市尺度 [J]. 探索与争鸣，2018（10）：128-135，144.
[2] 张耀铭 . 学术期刊与新媒体融合的关键与进路 [J]. 济南大学学报（社会科学版），2018，28（3）：5-23，157，2.
[3] 聂洲 . 论新媒体的不平等关系 [J]. 湖北经济学院学报（人文社会科学版），2017，14（1）：20-28.
[4] 南长森，白霞 . 融合发展、综合创新 :2016 年新闻传播学科发展述评 [J]. 长安大学学报（社会科学版），2017，19（1）：106-124.
[5] 李宗建，程竹汝 . 新媒体时代舆论引导的挑战与对策 [J]. 上海行政学院学报，2016，17（5）：76-85.
[6] 陈卫星 . 新媒体的媒介学问题 [J]. 南京社会科学，2016(2): 114-122.
[7] 夏德元 . 数字时代的媒介互动与传统媒体的象征意义 [J]. 学术月刊，2011，43（3）：25-31.

（作者单位：山东省环境保护宣传教育中心）